

UNIUNEA EUROPEANĂ



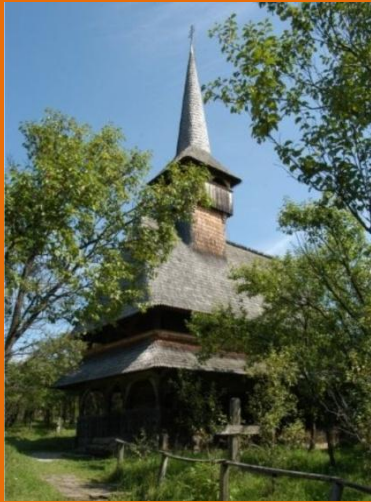
Proiect finanțat prin Phare
RO-2005/017-539.01.01.15



Consiliul Județean Maramureș



GUVERNUL
ROMÂNIEI



aprilie

2009

**RAPORT FINAL DE CERCETARE AFERENT
FOCUS GROUP-URILOR REALIZATE
PENTRU A SELECTA CEL MAI BUN
LOGO ȘI SLOGAN**

Cuprins

Cuprins	2
INTRODUCERE	3
ELEMENTE SPECIFICE ALE TURISMULUI	5
Rezumat Executiv	5
ATRAȚII TURISTICE	9
SLOGAN ȘI LOGO	11
I. ELEMENTE DEFINITORII ALE TURISMULUI DIN MARAMUREȘ – TRANSCARPATHIA – IVANO FRANKIVSK	13
I. 1. MARAMUREȘ	14
I.1.1. Specificitate	14
I. 1. MARAMUREȘ	23
I.1.2. Unicitate	23
I. 2. TRANSCARPATIA	25
I.2.1. Specificitate	25
I. 2. TRANSCARPATIA	33
I.2.2. Unicitate	33
I. 3. IVANO FRANKIVSK	35
I.3.1. Specificitate	35
I. 3. IVANO FRANKIVSK	40
I.3.2. Unicitate	40
II. OBIECTIVELE TURISTICE REPREZENTATIVE ALE ZONEI MARAMUREȘ – TRANSCARPATHIA – IVANO FRANKIVSK	42
II.1. MARAMUREȘ	43
II.2. TRANSCARPATIA	50
II.3. IVANO FRANKIVSK	52
III. SLOGAN ȘI LOGO PENTRU TURISMUL DIN MARAMUREȘ – TRANSCARPATHIA – IVANO FRANKIVSK	54
III.1. SLOGAN	55
III.2. LOGO	58
IV. PROPUNERI DE LOGO PENTRU TURISMUL DIN MARAMUREȘ – TRANSCARPATHIA – IVANO FRANKIVSK	65

INTRODUCERE

Proiectul „**Turism Transcarpatic – Rețea pentru Promovarea Turismului în Regiunile Maramureș, Zakarpatia și Ivano-Frankivsk**” urmărește sporirea atracțiilor turistice și a investițiilor în regiunea de graniță dintre județul Maramureș și Regiunile Transcarpathia și Ivano-Frankivsk, asigurând metodele necesare de intervenție și creștere a ofertei turistice a zonei.

Obiectul general declarat al proiectului mai sus menționat este creșterea capacității administrației publice locale de a se implica în susținerea sectorului turistic prin acțiuni ce intră în competența sa, respectiv promovarea prin mijloace moderne a potențialului turistic.

Obiectivul general al cercetării: identificarea celui mai bun logo și slogan pentru zona turistică Maramureș –Transcarpathia - Ivano-Frankinsk.

Obiectivele specifice ale cercetării calitative prin intermediul focus group-ului:

- Identificarea asociațiilor de bază referitoare la:
 - Maramureș;
 - Transcarpathia;
 - Ivano-Frankinsk;
- Identificarea percepției participanților cu privire la produsele turistice relevante pentru:
 - Maramureș;
 - Transcarpathia;
 - Ivano-Frankinsk;
- Identificarea percepției participanților cu privire la oferta turistică reprezentativă pentru zona Maramureș, Transcarpathia, Ivano-Frankinsk;
 - *Brainstorming* – Generarea de sloganuri pentru zona turistică Maramureș, Transcarpathia, Ivano-Frankinsk;
- Prezentarea și analiza variantelor de siglă și slogan propuse de către consultant – 3-4 variante

ASPECTE METODOLOGICE

Tipul studiului: primar, calitativ

Procedura de culegere a datelor: focus group-uri

Universul cercetării:

- principalii actori ai sectorului turistic din județul Maramureș și din regiunile Transcarpatia și Ivano Frankivsk;
- reprezentanți ai instituțiilor publice din județul Maramureș și din regiunile Transcarpatia și Ivano Frankivsk;
- reprezentanți ai instituțiilor de cultură și de educație din județul Maramureș și din regiunile Transcarpatia și Ivano Frankivsk;
- reprezentanți ai sectorului nonguvernamental din județul Maramureș și din regiunile Transcarpatia și Ivano Frankivsk;

Data și locul desfășurării focus group-urilor:

- Vineri, 10 aprilie – 3 focus group-uri; sala de conferințe a Hotelului Rivulus, Baia Mare;
- Miercuri, 29 aprilie – 1 focus group; sala de conferințe a Hotelului Atlant, Ujgorod;
- Joi, 30 aprilie - 1 focus group; sala de conferințe a Centrului de Promovare a Turismului din Ivano Frankivsk;

Participanți:

Maramureș:

- grupul 1 – sectorul ONG, cultură și educație;
- grupul 2 – instituții;
- grupul 3 – firme din sectorul turistic;

Transcarpatia

- grupul 4;

Ivano Frankivsk

- grupul 5;

Numărul participanți: 87 persoane

Numărul focus group-uri: 5

Înregistrare: audio-video (Anexă – transcrierea întâlnirilor)

Temele principale / problematicile de cercetare:

- Elementele specifice ale turismului din zona Maramureș - Transcarpatia - Ivano Frankivsk;
- Elementele care oferă unicitate turismului din zona Maramureș - Transcarpatia - Ivano Frankivsk;
- Identificarea principalelor obiective turistice din zona Maramureș - Transcarpatia - Ivano Frankivsk – propuneri de trasee turistice;
- Identificarea celor mai reprezentative obiective turistice din zona Maramureș - Transcarpatia - Ivano Frankivsk – propuneri de trasee turistice;
- Propuneri de slogan – cuvinte cheie, expresii;
- Discuție pe baza unor matrițe de slogan și logo;

Rezumat Executiv

ELEMENTE SPECIFICE ALE TURISMULUI

MARAMUREȘ

Elementele specifice ale turismului din județul Maramureș au fost grupate orientativ în timpul discuțiilor în câteva categorii cuprinzătoare. În linii mari, recomandările primite propun ca promovarea turismului să fie axată pe **elementele culturale tradiționale** și pe **elementele naturale** ale județului.

Civilizația lemnului

Porțile maramureșene unice, **bisericile de lemn**, unele dintre ele aflate în patrimoniul UNESCO, **Cimitirul vesel**, **instalațiile de tehnică țărănească**, **gospodăriile tradiționale** cu întreg universul lor, au fost incluse într-o categorie care cuprinde mai mult decât patrimoniul material. Civilizația lemnului este considerată un stil de viață sau, mai bine spus, stilul de viață reprezentativ al maramureșenilor.

Cultura omului geometric

Motivele populare care se găsesc în sculpturile în lemn, în modelele țesăturilor tradiționale etc au, în Maramureș, un specific aparte. Tocmai aceste particularități permit zonei maramureșene să se remarce, atât pentru specialiști cât și pentru potențialii turiști. De aceea, recomandările participanților au fost de a utiliza în reprezentarea grafică finală tocmai aceste **semne geometrice** distincte, și nu motive importate relativ recent.

Dintre motivele tradiționale, au fost amintite **funia și rozeta solară** care, pe lângă valoarea simbolică pe care o au, determină asocierea directă cu Maramureșul.

Satul. Omul. Viața.

Universul maramureșean autentic este cel mai bine reprezentat de comunitățile rurale tradiționale. **Satul maramureșean** combină valorile materiale consolidate de-a lungul timpului cu patrimoniul imaterial. Satul implică **omul**, creatorul a tot ce înseamnă spiritualitatea maramureșeană, cel care dă viață întregului complex de valori tradiționale.

Viața este ceea ce, din punctul de vedere al participanților, trebuie să apară ca element esențial al reprezentării grafice finale, deoarece zona Maramureșului nu poate fi reprezentată fără a sublinia existența omului.

Satul maramureșean are o imagine aparte. Formează chiar un peisaj rural, încadrându-se unitar în cadrul natural. **Fânul** este caracteristic satelor maramureșene, are potențial peisagistic și, pe lângă toate acestea, denotă tocmai existența tradițională a omului activ, amintită mai sus.

Portul

Funcția estetică a **portului tradițional** este foarte importantă pentru o identitate vizuală care să trimită direct la Maramureș. În plus, portul include tradiție și este inclus în ansamblul satului autentic. De aceea, portul tradițional reprezintă un alt element de care, conform recomandărilor, trebuie să se țină seama în realizarea viitoarei sigle.

Natura. Munții.

Cadrul natural al județului este privit, de asemenea, ca element definitoriu care trebuie să fie reflectat în siglă. Trăsătura caracteristică a naturalului maramureșean, desprinsă din discuțiile purtate, este diversitatea. Însă, elementul esențial, distinctiv și reprezentativ pentru Maramureș este **muntele**.

TRANSCARPATIA

Natura. Munții.

Definitorie pentru Transcarpatia și pentru imaginea turistică a acesteia este **natura**, principala atracție turistică a zonei și elementul determinant pentru toate valorile spirituale și materiale acumulate în regiune.

După cum și denumirea subliniază, natura regiunii și chiar Transcarpatia însăși este cel mai bine reprezentată de **munții** care ocupă cea mai mare parte a teritoriului său.

Turismul balnear.

Alte elemente naturale deosebite, care determină o altă caracteristică definitorie pentru Transcarpatia, sunt **izvoarele de apă minerală și termală**. Dezvoltarea balneoturismului prin valorificarea acestor izvoare a fost strâns legată de natură și de posibilitățile de relaxare și odihnă oferite de aceasta. În acest mod, a fost dezvoltat turismul de odihnă, în unități denumite „**sanatorii**”, căutate de turiști și pentru facilitățile de odihnă, nu doar pentru tratament. De aceea, sanatoriile au devenit reprezentative pentru Transcarpatia, realizând, în același timp, asocierea cu elementul natural.

Minele de sare de la Slatina (Solotvino) se alătură sanatoriilor, completând oferta balneoturistică pe care o oferă Transcarpatia.

Polietnie

O caracteristică aparte a Transcarpatiei derivă din structura polietnică și multinațională a regiunii. Schimbările istorice și procesele de transformare care au survenit asupra componenței etnice a populației din această zonă de-a lungul timpului au făcut ca, în prezent, populația Transcarpatiei să fie un mozaic etnic.

Cetăți. Castele

Un rezultat al caracterului polietnic istoric este concretizat în multitudinea de castele, cetăți și palate din Transcarpatia, de o varietate arhitecturală și temporală extraordinară. Reprezentative pentru regiune au fost menționate castelul de la **Mucacevo**, castelul **Shernborn** (sanatoriul Carpați), cetatea **Ujgorod** și cetatea **Hust**.

IVANO FRANKIVSK

Odihna la munte

Natura este prezentată, și în Ivano Frankivsk, drept o caracteristică generală a regiunii. Componentele esențiale ale cadrului natural din Precarpatia, așa cum mai este denumită regiunea Ivano Frankivsk, sunt din **munții**, dealurile și **apele**.

Munții au fost principala asociere care a fost făcută cu turismul din Ivano Frankivsk. Din recomandările respondenților, prezentarea munților trebuie făcută ținând cont că se dorește, în special, promovarea turismului de recreere și a agroturismului din zonele montane.

Apa

Unicitatea regiunii, din prisma cadrului natural, este conferită de **apă** și toate obiectivele naturale pe care aceasta le determină. Au fost enumerate cascadele, râurile, defileul Nistrului și peștera lui Dovbus.

Turismul „verde rural”

Agroturismul din zona montană este, de asemenea, un element de unicitate al regiunii Ivano Frankivsk. Pentru reprezentare grafică se recomandă satul tradițional plasat într-un cadru natural.

Drept elemente reprezentative ale turismului regional au fost amintite casele tradiționale cu aspect rural specific („saduba”) și gospodăriile țărănești în care se păstrează încă îndeletnicirile tradiționale ale locuitorilor.

Tradiții

Comunitățile, în special cele rurale, din Ivano Frankivsk, au menținut vii obiceiuri și **tradiții străvechi**. Au fost enumerate obiceiuri tradiționale, cum ar fi nunta, dar și portul popular și obiectele tradiționale.

Încondeierea ouălor este, alături de brodarea țesăturilor, unul dintre meșteșugurile tradiționale reprezentative ale regiunii. În orașul Colomâia există chiar un muzeu dedicat ouălor încondeiate, care devin un element specific pentru turismul regional.

ATRAȚII TURISTICE

MARAMUREȘ

Lista obiectivelor turistice reprezentative a fost începută cu bisericile și mănăstirile. Au fost menționate, ca grup distinct, bisericile incluse în patrimoniul UNESCO.

Muzeele sunt atracții turistice foarte importante pentru Maramureș, atât prin numărul și varietatea lor dar, mai ales, prin reprezentativitatea pentru județ. Primul muzeu care a fost menționat, în ordine cronologică, a fost **Memorialul durerii de la Sighetu Marmației. Muzeul de Mineralogie** din Baia Mare a fost, de asemenea, inclus în lista obiectivelor turistice. S-a pus un accent deosebit pe **muzeele etnografice din județ**.

Din prezentările comunităților rurale tradiționale ca obiective turistice, se desprinde o abordare semi-involuntară a satului maramureșean ca un muzeu viu, în aer liber, necontrolat sau organizat. Vizitarea satului implică, pe lângă gospodăriile țărănești, elementul cel mai important al Maramureșului: omul.

Cimitirul vesel de la Săpânta a fost menționat ca un obiectiv turistic de importanță majoră.

Atracțiile turistice naturale amintite sunt, în general, obiectivele din zona muntoasă a județului. Un obiectiv din Munții Maramureșului foarte des menționat este **Valea Vaserului**.

TRANSCARPATIA

Unul dintre primele obiective turistice menționate a fost Centrul Europei, de la Dilove, din imediata apropiere a localităților românești (Slatina, Apșa de Jos, Teceu, Biserica Albă) și a lacurilor sărate de la Slatina.

Dintre cetăți, au fost menționate: Mucacevo, Cinedievo și Ujgorod.

Zonele turistice Ujgorod și Hust include o serie de atracții turistice importante. În Ujgorod se găsesc: cetatea Ujgorod, un muzeu etnografic în aer liber, Catedrale greco-catolică etc. În zona hust, pe lângă cetatea cu același nume, găsim și Poiana Narciselor și sanatoriul Shaian.

IVANO FRANKIVSK

Atracțiile turistice principale ale Precarpatiei sunt stațiunile montane Ieremce și Bucovel, cu întregul cadru natural din care fac parte munții, pădurea, cascadele etc. Lista obiectivelor din zona muntoasă continuă cu Goverla, Verhovina și Ceremuș. O zonă cu o atractivitate sporită a fost prezentată ca fiind Defileul Nistrului.

O atracție importantă a regiunii Ivano Frankivsk este reprezentată de ouăle încondeiate.

Orașul Ivano Frankivsk este centrul regiunii cu același nume și reprezintă în sine un punct important pentru turismul regional.

SLOGAN ȘI LOGO

SLOGAN

Autentic

Ancestral

Cultura lemnului

Arhaic

Munții

Centrul Europei

Descoperă

Muzeu

Natura leșe

În discuțiile referitoare la sloganul potrivit pentru promovarea zonei turistice Maramureș – Transcarpatia - Ivano Frankivsk, au fost făcute, în special, asocieri cu elementele reprezentative pentru zonă. Astfel, participanții au transpus în cuvinte aspectele esențiale ale turismului din acest areal și au încercat să construiască expresii potrivite pentru realizarea unui slogan.

Prezentăm, în continuare, câteva construcții și expresii propuse de respondenți pentru a servi drept punct de plecare în realizarea viitorului slogan.

Cultura lemnului - Civilizație. Spiritualitate. Autenticitate (sau Ancestralitate)

Lemn și ancestralitate în centrul Europei.

Europa in fiecare sat!

In Carpați pentru sănătate!

Transcarpatia – inima Europei!

Carpații frumoși vă saluta!

LOGO

Logo-ul final trebuie să fie, în opinia participanților la focus group-uri, reprezentativ pentru întreaga zonă turistică abordată. Adică, fie să includă elemente reprezentative pentru fiecare areal în parte, fie să urmărească elemente definitorii comune pentru întreaga zonă.

Pentru creionarea unui logo reprezentativ pe baza elementelor specifice identificate, din compoziția finală a fost sugerat să nu lipsească elemente precum: poarta maramureșeană, biserica de lemn, munții cu zăpadă pe vârfuri, fânul, castelul, motive populare, omul, vița de vie etc.

Discuțiile purtate au evidențiat ca principale aspecte comune munții, bisericile de lemn, motivele populare, ouăle încondeiate.

Au fost prezentate participanților patru variante de logo. Acestea au urmărit, în principal, includerea unor elemente care să se diferențieze pe tipuri de turism: turism cultural, turism montan, turism rural cu valențe etnofolclorice. Elementele care au fost admise ca fiind reprezentative și ca putând face parte din compoziția unui logo turistic au fost: biserica de lemn, cetatea, poarta maramureșeană, motivele tradiționale (rozeta solară, funia), natura și ideea de natural (munții, culoarea verde), satul tradițional, fânul.

**I. ELEMENTE DEFINITORII ALE TURISMULUI DIN
MARAMUREȘ – TRANSCARPATIA – IVANO FRANKIVSK**

I. 1. MARAMUREȘ

I.1.1. Specificitate

CIVILIZAȚIA LEMNULUI

„Cultura și civilizația lemnului cuprind și povestea traiului simplu, foarte aproape de natură. Și respectul față de natură. Termenul e cuprinzător.”

Primele elemente asociate turismului maramureșean au fost **porțile**, datorită caracterului lor unic, a semnificației deosebite a porții ca atare pentru familia maramureșeană, datorită măiestriei meșteșugarilor care le-au construit și datorită simbolisticii.

„În primul rând, există acea cultură a lemnului care este specifică Maramureșului, porțile sculptate pe care nu le găsim în alte locuri în acest stil făcute.”

Un alt element specific al turismului maramureșean este biserica de lemn. Clădiri care presupun măiestrie și tehnici înalte de prelucrare a lemnului, bisericile maramureșene sunt recunoscute pe plan internațional, o parte din ele fiind incluse în patrimoniul UNESCO.

„Dacă vrei să facem un logo comun, părerea mea este că din start mergem pe civilizația lemnului.”

Bisericile recente au, din păcate, elemente comerciale, la fel cum motivele de pe porțile de lemn construite recent nu mai țin cont de simbolistică ci, mai degrabă, de funcția estetică a sculpturilor și de posibilitatea de a atrage interesul turiștilor. De aceea, pentru o eventuală preluare a elementelor tradiționale reprezentative în viitoarea siglă, au fost recomandate **bisericile mai vechi, poate mai puțin cunoscute, dar mai autentice.**

Au fost amintite, ca cele mai reprezentative, bisericile mănăstirilor Bârsana și Rohia, bisericile de la Șurdești, Plopiș, Rogoz.

Mănăstirea Bârsana a fost prezentată drept cea mai cunoscută, în special datorită stilului arhitectural atractiv.

„Mănăstirea Bârsana e o mănăstire cu renume. Mai ales din punct de vedere arhitectonic. Arhitectura asta care îmbină lemnul și piatra oarecum atrage. Ar putea reprezenta un pic Maramureșul.”

„Mănăstirile Rohia și Bârsana care sunt cred, cele mai cunoscute.”

Biserica de la Șurdești are avantajul dimensiunilor impresionante și al proporțiilor care o fac ușor de recunoscut. Inclusă în patrimoniul UNESCO, biserica de la Șurdești este una dintre cele mai înalte clădiri ecleziastice de lemn din lume.

„Pentru noi reprezentativ este Sudreștiul, cu cea mai mare biserică de lemn din lume.”

Au fost incluse în elementele specifice ale Maramureșului și **instalațiile de tehnică țărănească**, cuprinzând uneltele țărănești, războaiele de țesut, pivele, morile de vânt, vâltorile etc. pe lângă caracterul lor reprezentativ pentru satul maramureșean și pentru cultura tradițională, a fost subliniată atractivitatea acestora pentru turiști.

„Instalațiile populare sunt elemente foarte atractive.”

„Generic: civilizația lemnului, în care eu includ arhitectura, case cu toate anexele, porțile, bisericile și până și artizanatul cu sculpturile de lemn.”

Instalațiile țărănești implică omul activ, care denotă viață. De altfel, recomandările primite au fost de a sugera mișcarea, dinamismul, viața prin elementele folosite în sigla finală.

„Eu aș merge mult pe elementul viu. Și când spun patrimoniul viu mă gândesc la instalațiile de tehnică țărănească. Avem șansa de a avea câteva instalații în funcțiune...”

„Vâltoarea intră la instalații...Piua, morile de lemn...”

„... Și dacă tot este vorba de simbolistică, eu aș vedea ceva în mișcare, nu un pătrat, ci un cerc, ceva în mișcare. Ceva dinamic.”

Lista elementelor specifice Maramureșului care să fie realizate din lemn nu se reduce la porți, biserici, unelte. În plus, pentru Maramureș, lemnul nu înseamnă doar obiectele care se construiesc din el iar prelucrarea lemnului nu a însemnat doar un meșteșug ca oricare altul. Lemnul și prelucrarea sa implică un mod de viață, comuniunea cu natura, exprimarea artistică a geniului popular, credință și spiritualitate. De aceea, termenul potrivit și cuprinzător este **„civilizația lemnului”**.

Civilizația lemnului a fost indicată drept cea mai potrivită pentru abordarea comună a unui logo turistic, civilizația lemnului fiind prezentă și în cele două regiuni din Ucraina

„Este un element comun și pentru partea Transcarpatiei și special pentru partea montană care au și o civilizație a lemnului.”

„Cultura și civilizația lemnului e cea mai globală. Că te trimite și la ancestral... dacă zici cultură, te trimite la origini.”

CULTURA OMULUI GEOMETRIC

„Este vorba de acele semne geometrice de pe covoare, de pe porți, din toată cultura populară. Care, incredibil, vin din culturile neolitice și așa mai departe.”

Atât în sculpturile în lemn de pe porțile maramureșene tradiționale, în motivele folosite pe țesături sau în alte ornamente tradiționale, a fost identificată o trăsătură comună aparte, și anume aceea a folosirii formelor geometrice. Aceste semne străvechi, care se găsesc atât în zona Maramureșului dar și în cele două regiuni din Ucraina, au o însemnătate foarte mare pentru identitatea culturală a zonei.

„Există niște structuri arhaice care au peste 25.000 de ani, care au dezvoltat niște semne, ca niște scrieri vechi care se păstrează până la începutul secolului XX.”

„Cele mai importante semne plastice care sunt comune întregii omeniri se păstrează în această zonă, nu numai în Maramureș, ci și în Ucraina. Este vorba de cultura așa-zisului om geometric.”

„Este vorba de acele semne geometrice de pe covoare, de pe porți, din toată cultura populară. Care, incredibil, vin din culturile neolitice și așa mai departe. Care se leagă de toată zona aceasta europeană, dar și danubiană.”

„Așa cum este Africa pentru întreaga lume, este și Maramureșul cel puțin pentru această parte a Europei.”

Unicitatea acestor forme geometrice în contextul cultural european oferă o importanță aparte Maramureșului, care trebuie exploatată inclusiv din punct de vedere turistic.

„Aceste culturi plastice de mare importanță și spectaculozitate, structuri care sunt comune în fond, și civilizației Maya, și Egiptului, și indo-europenilor. Faptul că ele se regăsesc aici dă o atracție Maramureșului. Așa cum este Africa pentru întreaga lume, este și Maramureșul cel puțin pentru această parte a Europei.”

Datorită importanței acestor semnelor geometrice pentru cultura maramureșeană, datorită reprezentativității lor, dar și ținând cont de atractivitatea grafică a acestora, se recomandă ca în elaborarea viitoarei sigle turistice să se regăsească și elementele definitorii ale acestor forme geometrice, cu toate că sunt prezente și alte elemente specifice altor zone și culturi.

„Un element este cel geometric. Să nu uităm de această arhitectură și de prezența acestui element, să se țină seama de această specificitate geometrică a locului. Dacă se creează o siglă, să se țină seama de această specificitate.”

„Să nu mergem spre formele baroce sau spre alte forme care aparțin altor locuri. Să ținem seama de geometrie... Nu vorbesc numai despre semnele de pe covoare și de pe porți. Chiar și de pe case, modul cartezian cu care privește țăranul, drept. Să ținem seama de unghiul drept.”

„Modul cartezian cu care privește țăranul - drept. Să ținem seama de unghiul drept.”

TRADIȚIA LA EA ACASĂ

Elementele tradiționale sunt definatorii pentru imaginea turistică a Maramureșului. Sunt incluse aici arhitectura tradițională, portul popular, elemente ale traiului rural. Astfel, se conturează distinct satul maramureșean, cu un element de identificare – fânul și portul.

„Și satul...este un element specific.”

Se distinge clar o anumită specificitate a comunităților rurale tradiționale din Maramureș, prin care județul poate fi identificat de potențialul turist. Încadrate în cadrul natural, **satele maramureșene** cu bisericile de lemn, casele și căpițele de fân creează un peisaj arhaic aparte, atractiv din punct de vedere turistic și important pentru reprezentarea grafică a turismului local.

„Este și acel peisaj arhaic creat de arhitectura tradițională care este așa căutat de turiști.”

„Agroturismul. Pensiunile...specificul camerelor.”

„E țara clăilor de fân aici.”

Fânul a fost subliniat ca element specific al satului maramureșean.

„Fie vară, fie iarnă, vezi mii și mii și claie de fân. E țara clăilor de fân aici.”

„Revin asupra fânului, e foarte important. Ne trimite la ancestral dacă vrei, la memorie culturală, la peisaj natural, cultural. E foarte important fânul.”

Vorbind despre tradiții, ca elemente specifice ale Maramureșului, a fost identificat și evidențiat **portul popular**. Recomandările de a folosi portul popular în reprezentarea grafică finală face referire la elementele specifice ale portului local prin care se distinge clar și cu ușurință față de celelalte stiluri de costume populare din țară.

„Întotdeauna mi s-a părut reprezentativ portul. Când vezi portul, știi că e Maramureș.”

„Portul popular care încă se mai păstrează. Obiceiurile populare. Cum ar fi Tânjăua de pe Mara, Hora la Prislop, Jocul la Șură, datinile de iarnă ...”

„Obiceiurile specifice ar fi obiceiurile de iarnă, cele de primăvară, portul popular, înmormântările.”

„Portul de duminică.”

„Port, tradiții, datini și obiceiuri...”

„Mă gândesc prin ce îl caracterizez: tradiții, obiceiuri, grai, porturi. Și atunci chiar am cuprins tot Maramureșul.”

„Portul ar trebui înglobat cu datinile, obiceiurile, graiul, portul...toate astea să formeze un...”

„Se păstrează tradiția la ea acasă cu datini, cu obiceiuri. Am putea merge mai departe.”

NATURA

Elementele umane specifice Maramureșului sunt amplasate, din perspectiva construirii unei imagini cuprinzătoare și relevante, într-un cadru natural cuprinzător.

Peisajul natural este asociat imaginii turistice a județului Maramureș. O caracteristică generală a acestuia este caracterul diversificat.

„Peisajul natural în general.”

„Eu cred că ar fi foarte bine să includem cadrul natural deosebit și diversificat.”

„Râurile, lacurile, rezervațiile naturale, tot ce ține de natură.”

„Parcurile naturale, ecoturism.”

„Peisajul este unul...să zic mai aparte decât altele. Ca și relief mă gândesc.”

„Maramureșul are un relief foarte bine conturat. Are dealuri, munți și o idee cât de cât...câmpie, ca să zic așa. Ca să fie un peisaj combinat cu de toate, prin chestia asta e specific.”

„Râurile, lacurile, rezervațiile naturale, tot ce ține de natură.”

„Avem cu ce să ne lăudăm.”

Dintre formele de relief ale județului a fost evidențiat muntele. Pe lângă faptul că este specific peisajului maramureșean, promovarea acestui element natural își are justificarea în multitudinea pârtiilor de schi și a potențialului ridicat pe care îl prezintă turismul montan.

„Carpații, ca element natural.”

„Turismul recreativ, cel pentru practicarea sporturilor de...iarnă. Pentru că avem cu ce să ne lăudăm. Și excursii de vară. Drumeții montane și...”

„Și putem să amintim Cavnicul, Mogoșa, Borșa și Șuiorul...nu știu care județ al țării se poate lăuda cu atâtea pârtii de schi. Foarte bine pot să intre și pentru excursii, drumeții, pentru perioada estivală.”

„Și sunt pârtiile astea de schi care sunt chiar din abundență, ca să zic așa.”

Prezentarea munților în eventualitatea includerii în viitoarea siglă turistică se recomandă a fi făcută prin reprezentarea acestora acoperiți cu zăpadă. Prin acest detaliu se vor sugera atât înălțimile ridicate ale vârfurilor muntoase dar și faptul că zăpada se menține la altitudini ridicate aproape jumătate de an.

„Dacă te duci în zona Maramureșului istoric, cel puțin patru luni pe an vei vedea niște vârfuri de munți acoperite cu zăpadă. Și în Ucraina, și Rodnei, Maramureșului.”

„Un vârf de munte acoperit cu zăpadă poate fi un element. O căciulă din aia albă.”

I. 1. MARAMUREȘ

I.1.2. Unicitate

Dintre toate elementele specifice identificate au fost alese drept elemente ce conferă unicitate turismului maramureșean:

CIVILIZAȚIA LEMNULUI, PORTUL ȘI CADRUL NATURAL

Unde vezi o poartă de lemn și un port e foarte clar că e vorba de Maramureș.

CULTURA LEMNULUI

Cultura lemnului a fost desemnată primul element ce conferă unicitate, de către toate grupurile de lucru.

„Atunci când vin în Maramureș, element definitoriu e civilizația lemnului și apoi mă gândesc la ce mai văd, la ce vizitez.”

„Generic civilizația lemnului în care eu includ arhitectura, case cu toate anexele, porțile, bisericile și până și artizanatul cu sculpturile de lemn.”

„Poarta Maramureşului. Poarta și portul. Și dacă pe un fundal se vede și o biserică de lemn, e OK.”

Poarta se distinge ca un element prin care se poate reprezenta civilizația lemnului. Referitor la simbolistică a fost recomandată includerea simbolului soarelui, în reprezentarea tradițională maramureșeană, care apare inclusiv pe porțile de lemn, alături de simbolul funiei etc.

„Porțile de lemn. Cultura lemnului reprezentată prin porțile de lemn.”

„Cultura lemnului, nu numai Bisericile. Casele, simbolurile...simbolul soarelui”

„Simbolul soarelui e mult mai...există simbolul soarelui care e unic în Maramureș. Sigur nu știe multă lume, nu știe nici o parte dintre noi...”

„Când vezi portul, știi că e Maramureș.”

PORTUL

Al doilea element ce determină în mod unic imaginea turistică a județului Maramureș este portul tradițional. Alături de poarta de lemn, portul popular specific județului face trimitere directă la Maramureș.

„Portul popular.”

„Portul tradițional.”

CADRUL NATURAL

Cadrul natural a fost desemnat ca un alt element distinctiv al Maramureșului. Pentru reprezentarea grafică, elementul de relief ce reprezintă cel mai bine cadrul natural al județului este muntele.

„Cadrul natural.”

„Un peisaj, munții, un vârf de munte.”

„Cadrul natural, reprezentat prin Creasta Cocoșului sau ceva.”

„E mai reprezentativă rezervația naturală din Rodnei decât Creasta Cocoșului. Probabil că ar putea deveni un simbol al Maramureșului, pentru că este o imagine unică decât alte zone.”

I. 2. TRANSCARPATIA

I.2.1. Specificitate

NATURA. CARPAȚII

„Si din toate vor alege turismul verde rural.”

Element specific și chiar definitoriu pentru regiunea Transcarpatiei, căreia îi dau și denumirea, sunt **munții Carpați**. Fără a avea înălțimi spectaculoase, munții din această regiune sunt acoperiți de păduri și vegetație, culoarea predominantă a regiunii fiind verdele.

„Rezervațiile naturale, parcurile naturale...sunt foarte multe elemente de promovare.”

„Cadrul natural deosebit.”

„Păi e frumos și chiar este un interes deosebit cât am reușit noi să cunoaștem interesul pentru pădure, peisaj... Deci... chiar există așa ceva.”

„Carpații sunt specificitatea regiunii.”

*„Eu chiar am fost în Ucraina.
Au o zonă foarte frumoasă.”*

Cu toate că altitudinile nu sunt foarte mari, în Transcarpathia există stațiuni montane vestite în special pentru microclimatele lor și pentru potențialul ridicat de practicare al sporturilor de iarnă.

„Au și niște stațiuni de schi foarte bine puse la punct.”

„Iarna, avem ski turism...”

Sporturile montane pot fi practicate în toate anotimpurile, nu doar iarna. Au fost enumerate și: cicloturismul montan, drumețiile și chiar sporturi considerate extreme: alpinism, parapantism, planorism, river-rafting etc.

Peisajele naturale au o atractivitate ridicată pentru turiști, de aceea au fost enumerate printre elementele specifice ale regiunii. La acest capitol contribuie, pe lângă păduri, lacurile, râurile etc.

Dintre lacuri, cel mai reprezentativ a fost desemnat lacul **Sinevir**.

*„Narcisele - și ei au narcise,
și noi avem.”*

Tot în ceea ce privește cadrul natural, un element cunoscut atât de respondenții ucraineni dar și de cei români este **Poiana (Valea) narciselor**, această rezervație naturală fiind emblematică pentru Transcarpathia. Completând lista elementelor comune între zonele transfrontaliere studiate, o poiană asemănătoare de narcise se poate vizita și în județul Maramureș.

„Narcisele - și ei au narcise, și noi avem. Și au rezervația aceea mare de narcise, Valea Narciselor.”

„Și dacă am reținut bine acea Poiana a Narciselor care...este și la noi.”

POLIETNIE. MULTICULTURALISM. CENTRUL EUROPEI

„Regiunea noastră este multinațională. Avem populația rusină (rutenii, n.n.), ucrainenii, unguri, romani, polonezi, cehi”

O caracteristică aparte a Transcarpatiei derivă din structura polietnică și multinațională a regiunii. Schimbările istorice și procesele de transformare care au survenit asupra componenței etnice a populației din această zonă de-a lungul timpului au făcut ca, în prezent, populația Transcarpatiei să fie un mozaic etnic.

Reprezentanții naționalităților aflate aici au interacționat inclusiv la nivel cultural. Astfel, în Transcarpatia se găsesc vii elemente culturale tradiționale ale ucrainenilor, românilor, ungarilor, cehilor, polonezilor, slovacilor etc.

Există, de asemenea, **populații rusofone asimilate ucrainenilor**, precum rutenii, lemki și huțulii. Aceștia păstrează caractere culturale distincte, încadrându-se, totuși, în contextul cultural regional. Tocmai aceste ce se evidențiază și deosebesc aceste grupuri etnice, sunt considerate a fi elemente specifice ale turismului din Transcarpatia.

„Foarte interesanți sunt ciobanii (huțuli, n.n.) și găsim și elementele...trâmbița.”

Mixtul cultural se manifestă printr-o multitudine de elemente, în special cele legate de modul natural de viață. În acest mod, un alt element specific desemnat pentru turismul din această regiune este **bucătăria multietnică**.

Deși nu poate fi indicat un port reprezentativ pentru întreaga zonă, **costumele populare** păstrate de către etniile din Transcarpatia sunt un alt element specific pentru regiune.

Multiculturalismul reiese și din originile sau însemnătatea **monumentelor istorice** sau a locurilor cu o anumită încărcătură istorică. De aceea, proveniența ctitorilor anumitor monumente istorice este un alt element specific al turismului din regiunea transcarpatică.

„Aici avem numeroase monumente istorice ale tuturor popoarelor care au intrat în componența Imperiului Austro-Ungar.”

„Pentru că regiunea noastră a făcut parte din imperiul Austro-Ungar, aici avem numeroase locuri istorice, pe care vor să le viziteze ungurii, maghiarii, slovenii, românii. Aici s-au petrecut numeroase lupte.”

Polietnia Transcarpatiei este reliefată prin **specificitatea satelor** formate, în majoritate, din reprezentanți ai naționalităților prezente în regiune. Se disting, de exemplu, satele huțulilor, amplasate în general în zone de deal și de munte, în natură.

Referitor la românii din Transcarpatia, un amănunt interesant a fost desemnată **asemănarea toponomastică** a comunităților de români de o parte și de cealaltă a graniței.

„Interesant cum sunt localitățile în oglindă și foarte multe asemănări.”

„Avem și acolo biserici de lemn.”

Un alt amănunt specific al comunităților românești din Transcarpatia, dar nu numai al acestora, este existența **bisericilor de lemn**. Arhitectura acestora se aseamănă, în mare măsură, cu stilul arhitectural al bisericilor maramureșene, o bună parte dintre ele fiind construite chiar de maramureșeni.

Vorbind despre multiculturalism, un obiectiv turistic ce poate reprezenta foarte bine acest atribut al Transcarpatiei, este **Centrul Europei**. Aflat în localitatea Dilove, foarte aproape de Slatina, acest loc a fost determinat prin măsurători tehnice ca a fi centrul geografic al continentului european. Locul, aflat chiar pe marginea Tisei, este marcat print-un obelisc și o inscripție. În imediata apropiere este amenajat un muzeu inedit care adună foarte multe obiecte, unelte etc, colectate din întreaga regiune. Pe lângă obiecte deosebite folosite de-a lungul timpului de locuitorii zonei, sunt expuse costume tradiționale, obiecte decorative și alte exponate aparținând etniilor din Transcarpatia.

„Mai era un element - Centrul Europei. Și acolo au un muzeu foarte interesant. Este un muzeu foarte...”

MINELE DE SARE. SANATORIILE

Transcarpatia este renumită pentru turismul său balnear, apele minerale și termale fiind o resursă destul de bine răspândită și valorificată.

Tot ca o asemănare cu Maramureșul (mina Ocna Șugatag), dar prezentate ca un specific al regiunii, fiind incluse în turismul balnear, au fost desemnate **Minele de Sare** de la Slatina Slatina (Solotvino). Acolo funcționează sanatorii saline foarte căutate de turiști. În plus, la suprafață s-au format lacuri saline exploatate în special în sezonul cald.

„Mai nou, deși nu sunt amenajate și n-au nici bani să le amenajeze, au mine saline. Deci asta este în Slatina.”

„Am fost și în vară acolo și vreau să vă spun că vin turiști și din alte localități. Numai că nu este amenajat.”

„Mai este și Slatina, cu minele de sare care sunt mai bine dezvoltate decât ale noastre.”

„Vara – la lacurile sărate din Slatina.”

*Sanatoriile din Transcarpatia.
Turismul de însănătoșire, odihnă.
Apele minerale.*

Dar turismul balnear din Transcarpatia nu se reduce la minele de sare, ci este completat de o multitudine de stațiuni balneoclimaterice și de tratament răspândite în toată regiunea. Numite local „sanatorii”, aceste unități atrag foarte mulți turiști, o bună parte dintre ei fiind străini. Din acest motiv, dar și datorită răspândirii și a gradului de valorificare a balneoturimului, unul dintre principalele elemente specifice ale Transcarpatiei este reprezentat de **sanatorii**.

Activitățile dezvoltate în jurul sanatoriilor nu sunt reduse la tratament, turiștii acestor unități alegând aceste destinații pentru **odihnă**, relaxare și atractivitatea izvoarelor de **apă minerală naturală**. Dintre sanatorii, a fost prezentat ca reprezentativ **sanatoriul Carpați**. Acesta funcționează pe o veche moșie boierească și oferă drept atracție turistică un castel cu o valoare istorică și arhitecturală deosebită.

„Da, turismul de însănătoșire, odihnă. Apele minerale...”

„Sanatoriile din Transcarpatia. De exemplu, sanatoriul Carpați (Karpaty).”

„Stațiunile balneo-climaterice. Tratamentele, chiar sanatoriile.”

CASTELE. CETĂȚI

„Avem foarte multe castele: Hust ,Ujgorod, Mucacevo, Cinadievo ,Seredneanskii...” .

O altă trăsătură specifică a turismului din Transcarpatia este existența unui număr impresionant de cetăți și castele. Datând din toate perioadele istorice, aceste obiective se află în legătură directă cu aspectul multinațional al regiunii.

Reprezentativ pentru genul acesta de clădiri din Transcarpatia este **Castelul Mucacevo**, o ctitorie maghiară aflată într-o stare de conservare excelentă. Acest castel este ușor de recunoscut datorită arhitecturii sale distincte.

„Castelul Mucacevo... mai este o cetate în Ujgorod și mai este o cetate foarte veche și cu o istorie deosebită.”

„Cetățile de la Mucacevo și de la Khust, deci clădiri istorice.”

Se adaugă cetățile de la Ujgorod, Hust, iar lista este mult mai vastă. Un alt obiectiv reprezentativ este **castelul Shernborn**, aflat în imediata apropiere a localității Cinadievo, în perimetrul domeniului pe care este amplasat sanatoriul Carpați.

I. 2. TRANSCARPATIA

I.2.2. Unicitate

Dintre elementele specifice identificate au fost alese drept elemente ce conferă unicitate turismului din Transcarpatia:

CETĂȚILE/CASTELELE, MUNȚII ȘI TURISMUL BALNEAR

CETĂȚILE ȘI CASTELELE

Cetățile și castelele din Transcarpathia conferă unicitate turismului regiunii și imaginii Transcarpatiei, în general, datorită arhitecturii deosebite și variate a construcțiilor. În plus, starea actuală de conservare și/sau reabilitare este una foarte bună, putând fi exploatate din punct de vedere turistic atât pentru vizite, dar și pentru reprezentări grafice.

„Ei au Cetăți, noi nu avem.”

MUNȚII

„Elementul comun e în titlu: Carpații.”

Imaginea turistică a Transcarpatiei este determinată în mod unic și de munții care ocupă majoritatea teritoriului regional și fac parte din identitatea Transcarpatiei.

„Avem Munții, avem o civilizație montană. Avem un potențial pentru turism montan.”

Cel mai reprezentativ vârf pentru Carpații din Transcarpatia este vârful **Goverla**, care a fost recomandat pentru a fi folosit drept model pentru o posibilă reprezentare grafică a turismului regiunii, axată pe munți.

TURISMUL BALNEAR

Un al treilea element de unicitate al turismului din Transcarpatia este format din componentele turismului balnear: sanatoriile, lacurile sărate, minele de sare, apele minerale.

„Eu zic sanatoriile, lacurile...”

„Minele de sare sunt o parte reprezentativă a zonei.”

„Sarea. Avem și noi dar nu așa de bine...Da, minele saline.”

„Turismul de însănătoșire - izvoarele de ape minerale(avem cam 360 de izvoare) și lacurile sărate.”

I. 3. IVANO FRANKIVSK

I.3.1. Specificitate

ODIHNA LA MUNTE. TURISMUL „VERDE RURAL”

Munții și dealurile ocupă o parte însemnată din Regiunea Ivano Frankivsk. De aceea, natura ocupă un loc foarte important în turismul regional, iar o modalitate de dezvoltare abordată este agroturismul.

Munții au fost principala asociere care a fost făcută cu turismul din Ivano Frankivsk. Din recomandările respondenților, prezentarea munților trebuie făcută ținând cont că se dorește, în special, promovarea turismului de recreere și a agroturismului din zonele montane.

Principala stațiune turistică montană din Ivano Frankivsk, căutată tocmai pentru posibilitățile de relaxare în aer liber, este Ieremce.

„Este foarte bine dezvoltat ecoturismul (raionul Ieremce), adică odihna la munte.”

„Este dezvoltat și turismul de vară, adică odihna la aer curat.”

Drept elemente reprezentative ale turismului regional au fost amintite casele tradiționale cu aspect rural specific („saduba”) și gospodăriile țărănești în care se păstrează încă îndeletnicirile tradiționale ale locuitorilor.

„Avem o mare varietate de locuri pentru a te odihni, poți vedea și cum se mulg oile, cum se face brânza, sau vor să meargă cu cortul.”

„Avem și căsuțe (saduba) sătești foarte interesante.”

MUNȚII. PRECARPATIA

„Dacă zici de Bucovel, 100% știu toți.”

O altă caracteristică a turismului montan din Ivano Frankivsk și un element specific al regiunii este posibilitatea practicării sporturilor de iarnă. Cea mai renumită stațiune de schi din regiune este Bucovel. Această locație este foarte căutată de turiștii ucraineni și străini, datorită amenajărilor pentru schi și alte sporturi de iarnă, care concurează cu pârtiile stațiunilor vestite din Austria.

Datorită cuprinderii unor zone montane și a zonelor de dealuri subcarpatice, regiunea Ivano Frankivsk este denumită și **PRECARPATIA**, zona de trecere spre Carpați.

*„A cui e Goverla? A naturii.
Eu zic că-i comună.”*

Un obiectiv reprezentativ pentru cadrul natural montan din Ivano Frankivsk este vârful **Goverla**, același care a fost desemnat și pentru Transcarpatia. Explicația este că muntele este așezat chiar pe granița dintre regiuni, iar Goverla este promovat în ambele regiuni.

Specifice zonei montane sunt atât peisajele cât și zonele în care se pot practica sporturile montane, cum ar fi plimbările cu biciclete, motocicletele, ATV-uri etc.

Zona muntoasă a regiunii Ivano Frankivsk oferă și alte obiective deosebite, atractive pentru peisaj dar și pentru însemnătatea istorică pe care le-o conferă legendele de care sunt legate. Spre exemplu, o peșteră din regiune este denumită după numele vestitului haiduc huțul Olexa Dovbus.

„Peștera lui Dovbus, sigur. Toți asociază Precarpatia și peștera lui Dovbus.”

„Sunt și cascade: Maneavsk, Trufanet.”

TRADIȚIE

„La noi, în Precarpatia, s-au păstrat obiceiuri foarte frumoase.”

Comunitățile, în special cele rurale, din Ivano Frankivsk, au menținut vii obiceiuri și tradiții străvechi. Au fost enumerate obiceiuri tradiționale, cum ar fi nunta, dar și portul popular și obiectele tradiționale.

„Nunțile ucrainene, nunțile huțulilor : hainele, obiceiurile, dansurile, cântecele...”

Referitor la reprezentarea grafică, a fost sugerat faptul că, pe o viitoare siglă turistică, trebuie preluat un model popular ce se găsește pe ștergarele tradiționale din regiune.

Încondeierea ouălor este, alături de brodarea țesăturilor, unul dintre meșteșugurile tradiționale reprezentative ale regiunii. În orașul Colomâia există chiar un muzeu dedicat ouălor încondeiate, care devin un element specific pentru turismul regional.

I. 3. IVANO FRANKIVSK

I.3.2. Unicitate

Dintre elementele specifice identificate au fost alese drept elemente ce conferă unicitate turismului din Transcarpathia:

TRADIȚIILE. APA. TURISMUL „VERDE RURAL”

TRADIȚIILE

Respondenții au considerat că elementele tradiționale ale regiunii Ivano Frankivsk reprezintă o unitate, mai ales în ceea ce privește unicitatea turismului. De aceea, tradițiile au fost desemnate ca fiind un element de sine stătător prin care Precarpatia se diferențiază față de alte zone turistice.

Pentru a putea fi preluate într-o eventuală reprezentare grafică, au fost enumerate **elementele din tradițiile de nuntă și modelele tradiționale utilizate pe țesături, sculpturi etc.**

APA

Unicitatea regiunii, din prisma cadrului natural, este conferită de apă și toate obiectivele naturale pe care aceasta le determină. Au fost enumerate **cascadele, râurile, defileul Nistrului și peștera lui Dovbus.**

TURISMUL „VERDE RURAL”

Agroturismul din zona montană este, de asemenea, un element de unicitate al regiunii Ivano Frankivsk. Pentru reprezentare grafică se recomandă satul tradițional plasat într-un cadru natural.

II. OBIECTIVELE TURISTICE REPREZENTATIVE ALE ZONEI MARAMUREȘ – TRANSCARPATIA – IVANO FRANKIVSK

II.1. MARAMUREȘ

ATRAȚII TURISTICE

BISERICI ȘI MĂNĂSTIRI

Lista obiectivelor turistice reprezentative, care pot fi introduse în trasee organizate, a fost începută cu bisericile și mănăstirile. Au fost menționate, ca grup distinct, bisericile incluse în patrimoniul UNESCO. Alte păreri le-au prezentat individual, alături de alte obiective de acest gen:

„Bisericile din patrimoniul UNESCO.”

„Mănăstirile din Bârsana, cea din Rohia.”

„Mănăstirea Peri.”

„Mai e Biserica Șurdești.”

MUZEE

„Muzele le puteți scrie pentru că sunt mai multe.”

„Sunt oameni care vin numai pentru muzee.”

Primul muzeu care a fost menționat, în ordine cronologică, a fost **Memorialul durerii de la Sighetu Marmăției**. La el au făcut referire majoritatea respondenților care au configurat un traseu turistic în județul Maramureș.

„Am fost cu un grup de turiști de la București, mi se pare că erau ziariști, și au fost foarte încântați să vadă memorialul... de la Sighet.”

Muzeul de Mineralogie din Baia Mare a fost, de asemenea, inclus în lista obiectivelor turistice. Argumentele în favoarea acestuia au fost reprezentativitatea pe care o are floarea de mină pentru județul Maramureș.

„Eu i-aș arăta în primul rând Muzeul de Mineralogie și Muzeul Satului. E reprezentativ pentru Maramureș, e capitala noastră de județ.”

„Pentru noi este la fel de importantă și acea floare de mină, exact la fel de important Cimitirul Vesel, exact cum e la fel de importantă și o biserică de lemn.”

„Îl duci și la un muzeu din locația respectivă... de obicei unde este o mică pensiune, au un mic muzeu al satului.”

S-a pus un accent deosebit pe muzeele etnografice din județ, atât datorită reprezentativității dar și al numărului destul de mare al acestora. În plus, sunt foarte dese cazurile în care pensiunile turistice au în apropiere un mic muzeu al satului. De asemenea, atelierelor și școlile meșteșugărești au fost menționate ca obiective-muzeu.

„Pentru că dacă îl duci la o pensiune, îl duci și la o vâltoare, îl duci și la un atelier de vopsit lână în culori naturale.”

„Muzeul Țărâncii de la Dragomirești și Olăritul la Săcele.”

„Meșteri. Instalațiile de tehnică țărănească.”

„Muzele de etnografie din județ sunt puncte formidabile de atracție. Acolo satul este conservat.”

Din prezentările comunităților rurale tradiționale ca obiective turistice, se desprinde o abordare semi-involuntară a satului maramureșean ca un muzeu viu, în aer liber, necontrolat sau organizat. Vizitarea satului implică, pe lângă gospodăriile țărănești, elementul cel mai important al Maramureșului: omul.

„Dacă e duminică vede și portul popular.”

„I-aș duce în unica zonă în care mai au case vechi, pe ulițe, compacte. Mai sunt... Adică pe drumul verde Budești-Dragomirești.”

SĂPÂNȚA

Cimitirul vesel de la Săpânța a fost menționat de fiecare dată când s-a schițat un traseu, drept un obiectiv de importanță majoră. Practic, Cimitirul vesel nu a fost inclus în trasee, ci traseele au fost configurate în funcție de Cimitirul vesel.

Importanța acestui obiectiv este evidentă și a reieșit atât din enumerarea obiectivelor, a elementelor specifice, dar și din felul în care erau raportate alte obiective la Cimitirul vesel.

NATURA

Obiectivele naturale cu potențial turistic au fost menționate drept indispensabile din componența unui traseu turistic general asociat județului Maramureș.

Munții din județ oferă o serie de obiective turistice foarte importante. Reprezentative pentru peisajul montan au fost desemnate Creasta Cocoșului și Munții Rodnei.

„Pe Creasta Cocoșului. Parcul Național Munții Maramureș.”

„... rezervația naturală din Rodnei... probabil că ar putea deveni un simbol al Maramureșului, pentru că este o imagine unică decât alte zone.”

Un obiectiv din Munții Maramureșului foarte des menționat este **Valea Vaserului**.

„Munții Maramureșului, e Valea Vaserului acolo.”

Legat de Valea Vaserului, a fost prezentată **mocănița** drept o atracție turistică foarte importantă, care ar trebui să reprezinte activitatea pe o întreagă zi pentru un turist interesat de peisagistică și de plimbarea cu mocănița în sine.

„Valea Vișeului. Aici avem un singur obiectiv pentru că nu putem face ziua asta decât Valea Vaserului cu Mocănița.”

„Dar mă gândesc că pe Valea Vișeului, obiectivul cel mai important este mocănița.”

Alte obiective menționate, ce țin de cadrul natural, sunt:

„Cascada Cailor.”

„Lacul de la Mogoșa, Lacul Albastru, care e localizat undeva spre Baia Sprie și eventual Igriș.”

„Va merge la Valea Cosăului și va vizita Ocna Șugatag, Călinești și iese acolo către Baia Mare. Toată valea aia e superbă.”

„Pârțiile de schi de la Cavnic.”

„... peșterile. Că avem și noi câteva, dar nu sunt amenajate și promovate.”

MUZICA ȘI GASTRONOMIA

„De produsele culinare nu s-a zis nimic. De pălinca...”

Activitățile principale pe care un turist le poate desfășura în timpul în care nu vizitează obiectivele turistice sunt strâns legate de tradiție și de sat.

Au fost menționate produsele gastronomice tradiționale ale Maramureșului și nu a fost uitată pălinca.

„Seara la pensiune se face o mâncare la ceaun, mămăliga cu brânză.”

„De produsele culinare nu s-a zis nimic. De pălinca...”

„O pâine la cuptor pe care să o introducă chiar el în cuptorul încălzit. Alte mâncăruri tradiționale... tochitura sigheteană.”

Ambianța este asigurată de muzica tradițională:

„Seara ne cazăm și facem o seara muzicală tradițională. Muzică, țuică... palincă. Iar mâncarea...tradițională.”

„Seara cazare, o masă și plimbare după o seara folclorică și mergem la vâltoare.”

PRINCIPALELE ATRACȚII

Pentru a indica cele mai importante atracții turistice ale județului, respondenții au enumerat Cimitirul vesel, mănăstirea Bârsana, Valea Vaserului cu mocănița și Memorialul de la Sighet.

„Cimitirul de la Săpânța. Trebuie văzut și o Mănăstire...Bârsana e mai e...Rohia e mai centru spiritual. Mai bine mergem la Biserica de lemn de la Șurdești, cea mai înaltă din lume.”

*„Cele mai importante trei: **Memorialul victimelor comunismului de la Sighet, Cimitirul Vesel, Monumentul istoric de la Bârsana.**”*

*„Valea Vaserului aș putea să o compar cu **Mănăstirea Bârsana**, dacă ar fi, și cu **Cimitirul Vesel la fel.**”*

*„**Bârsana** într-adevăr reprezintă o entitate. La fel cum la fel pot să spun că foarte mulți turiști vin în Maramureș să vadă **Valea Vaserului.**”*

Au fost aduse argumente care au justificat alegerea Mănăstirii Bârsana și a Văii Vaserului printre principalele atracții din Maramureș:

*„Pe de altă parte **Valea Vaserului** e ceva destul de unic. Chiar și pentru țara noastră. E o sălbăticie care e greu de descris, e o chestie mirifică și este mocănița asta cu aburi. Am înțeles că mai este una la Alba Iulia, dar nu ca și a noastră.”*

„Și Bârsana oarecum înglobează toate bisericile de lemn de pe Valea Izei și e și un cumul de religie, de tradiție, de lemn...”

„Mănăstirea Bârsana e o mănăstire cu renume. Mai ales din punct de vedere arhitectonic. Arhitectura asta care îmbină lemnul și piatra oarecum atrage. Ar putea reprezenta un pic Maramureșul.”

II.2. TRANSCARPATIA

ATRAȚII TURISTICE

CENTRUL EUROPEI

Unul dintre primele obiective turistice menționate a fost Centrul Europei, de la Dilove. Traseul în care a fost prezentat acesta include, în imediata apropiere, localitățile românești (Slatina, Apșa de Jos, Teceu, Biserica Albă) și lacurile sărate de la Slatina.

CETĂȚILE

La cetăți. La Mucacevo.

Dintre cetăți, au fost menționate: Mucacevo, Cinedievo și Ujgorod.

UJGOROD

„Aș propune în Ujgorod : cetatea, sala degustare a vinului, muzeul etnografic.”

HUST

„În Hust: Poiana narciselor și Shaian (sanatoriu ape minerale).”

Alte obiective ce pot fi introduse într-un traseu turistic și în activitățile pe care le presupune, mai sunt:

„Pârțile de schi.”

„Votca cu ardei”

„Sanatoriile Transcarpatiei. De exemplu, Sanatoriul Carpați.”

„Lacul Sinevir – una dintre minunile Transcarpatiei”

„Vârful Goverla.”

„Casele sătești. Mai putem adăuga, la Hust: împletitul din salcie, prepararea brânzei.

„Polonyna.”

II.3. IVANO FRANKIVSK

ATRAȚII TURISTICE

IEREMCE

Un posibil traseu organizat în regiunea Ivano Frankivsk are ca plecare zona Ieremce. Stațiunea montană cu același nume oferă peisaje montane deosebite și posibilități de odihnă în aer liber. Un obiectiv de importanță majoră aflat în apropiere este **peștera lui Dovbus**.

BUCOVEL

Traseul continuă cu stațiunea Bucovel, vestită pentru pârtiile de schi amenajate la standarde ridicate. În apropiere se poate vizita și cascada Jenetk.

DEFILEUL NISTRULUI

O zonă cu o atractivitate sporită a fost prezentată ca fiind Defileul Nistrului. Acolo, pe lângă spectaculozitatea peisajului, se pot vizita comunitățile rurale tradiționale.

*„Goverla, la limita dintre
Transcarpatia si Ivano-Frankivsk.”*

GOVERLA

Lista obiectivelor din zona muntoasă continuă cu Goverla, Verhovina și Ceremuș.

„A doua zi ca sa nu mergem prea departe putem urca Goverla iar seara sa ne oprim la Verhovina. Iar coborârea... pe Ceremuș.”

*„În Colomâia poți să încondeiezi
singur ouă.”*

OUĂ ÎNCONDEIATE

O atracție importantă a regiunii Ivano Frankivsk este reprezentată de ouăle încondeiate. **Colomâia** este foarte importantă din acest punct de vedere. Acolo există un muzeu al ouălor încondeiate. Un obiectiv aflat în apropiere este și muzeul din Cosiv.

IVANO FRANKIVSK

Orașul Ivano Frankivsk este centrul regiunii cu același nume și reprezintă în sine un punct important pentru turismul regional. Printre obiectivele turistice pe care la oferă se numără muzee, biserici, clădiri cu arhitectură deosebită etc.

„Putem sa vizitam și orașul nostru.”

„Ivano Frankivsk: Ratusa (turnul central), muzee ,biserici.”

ACTIVITĂȚI

Dintre activitățile pe care le poate desfășura un turist în regiunea Ivano Frankivsk, au fost enumerate: observarea tradițiilor și obiceiurilor locale, sporturi montane, pescuitul sportiv, degustarea preparatelor gastronomice locale etc.

„Traseele se pot îmbogăți cu diferite obiceiuri și tradiții populare, numai că depinde de perioada anului.”

„Turismul activ: cu bicicleta, calul, rafting, pescuitul sportiv.”

„Bucătăria”

III. SLOGAN ȘI LOGO PENTRU TURISMUL DIN MARAMUREȘ – TRANSCARPATIA – IVANO FRANKIVSK

III.1. SLOGAN

CUVINTE - CHEIE

Cuvintele cheie care au fost propuse pentru construirea unui slogan sunt:

Autentic

Ancestral

Cultura lemnului

Omenia

Ospitalitatea

Cultura și civilizația

Cultul religios

Arhaic

Mistic

Centrul Europei

Munții

Floare de colț

Ospitalitate naturală

Descoperă

Maramureș

Tradiții, ospitalitate, natură

Muzeu

Naturaletę

PROPUNERI DE SLOGAN

Prezentăm în continuare propunerile de slogan primite și, acolo unde există, argumente și justificări:

Europa in fiecare sat!

Bine ați venit!

In Carpați pentru sănătate!

Carpați=sănătate

Veniți si vedeți!

Transcarpatia - inima Europei!

Transcarpatia - plămânii Europei!

Daca vreti sa va odihniti bine, cu placere va recomandam sa vizitati Precarpatia!

Deschideti pt voi Maramureș – Transcarpatia – Precarpatia!

Carpatii frumosi va saluta!

Civilizație spiritualizată.

Maramureș - lemn și ancestralitate.

Rezonanța lemnului. Ancestralitate.

Cultura lemnului - Civilizație. Spiritualitate. Autenticitate (sau Ancestralitate)

„Cultura și civilizația lemnului e cea mai globală. Că te trimite și la ancestral...dacă zici cultură, te trimite la origini.”

„Cultura și civilizația lemnului cuprinde și povestea traiului simplu, foarte aproape de natură. Și respectul față de natură. Termenul e cuprinzător.”

Lemn și ancestralitate în centrul Europei.

„Lemn au și ei că e munte. Ancestralitate au și ei, și dacă nu sunt bucuroși să și-o găsească.”

Tradiții, ospitalitate și ...încă ceva.

„Au și ei tradiție, și ei sunt ospitalieri...acestea trei trebuie să facă și o combinație.”

ceva de genul... Poartă spre...

„Cu care am porni din Maramureș și am ajunge în Transcarpatia la elemente comune.”

Folosind sintagma Maramureșul – muzeu viu.

Recomandări primite de la participanți:

*„Faceți o combinație a **stemei Maramureșului**. Cică este luna, porțile astea de lemn...dacă ar fi transpuse în cuvinte ar fi lumină, porți și lemn...”*

*„**Nu putem combina Maramureșul atît la tradițional cu engleza, că nu mai are nicio...**”*

III.2. LOGO

PROPUNERI ȘI RECOMANDĂRI

Poarta, biserica și casa

„Pe o siglă, poarta, Biserica și casa. Și instalațiile populare sunt elemente foarte atractive.”

„Aș pune Biserica la major. Plopiș. E mai fain, părerea mea.”

Motivul geometric

„Motivul geometric neapărat. E frumos motivul solar.”

„Aș alege motivul geometric.”

Muntele

„Neapărat să nu lipsească muntele.”

Motivul Solar

SAU

Poarta

SAU

Biserica

„Aș alege dintre motivul solar, poartă și Biserică. Aș alege. Nu le-aș pune pe toate trei. Sigur că pierzi, nu le poți povesti. Trebuie să vii cu un mesaj fulgerător. Într-un mesaj de tip afiș, mai mult de trei elemente nu poți să bagi. Deci trei elemente, și trei feluri de scris...altfel e scris.”

Culoarea: Verde

„Să fie verde. De ce Verde? Carpații cu vârful Goverla - cel mai înalt vârf a Carpaților ucraineni și eu cred ca poate fi un logotip nu numai a Carpaților noștri, dar și a Carpaților întregii euro-regiunii.”

Biserica, poarta, castelul

„Reprezentativ pentru Maramureș este Biserica, poarta maramureșeană și de ce nu chiar Castelul. Și pentru Ucraina, la fel Biserica și Castelul. Deci sunt două elemente comune.”

Pisc acoperit de zăpadă

„Dacă te duci în zona Maramureșului istoric, cel puțin patru luni pe an vei vedea niște vârfuri de munți acoperite cu zăpadă. Și de o parte și de cealaltă. Și în Ucraina, și Rodnei, Maramureșului. Deci un pisc, un vârf de munte acoperit cu zăpadă poate fi un element. O căciulă din aia albă. Un element care îl avem în ambele regiuni și o perioadă destul de mare de timp, patru – cinci - șase luni pe an.”

Claia de fân

„Un alt element, în ambele regiuni dacă te duci, fie vară, fie iarnă, vezi mii și mii și claie de fân. E țara clăilor de fân aici.”

Prosop brodat

„Prosopul brodat, cămăși brodate, oricare dar sa fie inclus elementul brodatului sau un mic ou încondeiat.”

Ou încondeiat

„Pe fondul vârfului Goverla, ou încondeiat mare.”

Munte

„Scris pe un prosop brodat Maramureș - Transcarpatia – Ivano Frankivsk.”

Poartă maramureșeană

Biserica

„În partea de jos – un elementul brodat. Drumul care unește Maramureș și Transcarpatia, putem face unirea și cu Carpații, între cele 2 regiuni, în spate - Goverla. Toate unite cu poarta maramureșeană. Încadrat într-o sferă - pământul. Pe poartă să fie scris Maramureș - Transcarpatia - Ivano Frankivsk. Propun sa fie scris jos: Deschide pentru tine!”

Casa țărănească

Oameni strângând fânul

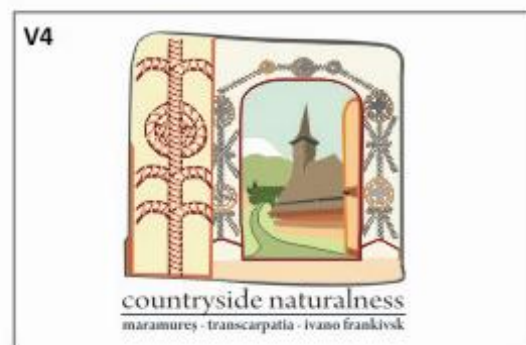
„Ou încondeiat, calina (copac cu fructe mici, roșii, n.n.), casa săteasca (saduba), muzeu.”

„Biserica și poarta o lăsăm. Trebuie să facem ceva pentru toate 3 regiunile... Putem adăuga casa sătească (saduba).”

„Turismul rural reprezentat - câțiva oameni care să strângă fânul.”

DISCUȚII PE MACHETE PROPUSE

Le-au fost prezentate participanților cele patru machete de mai jos. A fost discutată fiecare machetă și au fost notate punctele tari și slabe ale fiecăreia.



VARIANTA 1

Puncte tari

Completă, include și Ucraina

„E Biserică, e Castel, e Poartă...mi se pare că te duci peste tot.”

„Castelul apare doar aici și reprezintă Ucraina, poate nu atât Maramureșul. Dar în varianta 2, 3 și 4 nu văd nimic care să reprezintă și zona Ucrainei.”

„Mie varianta 1 mi se pare cea mai potrivită. Chiar dacă pare seaca așa, dar...În celelalte nu vezi Ucraina.”

Conține mesaj

„Și mie prima imagine îmi place cel mai mult, e mai complexă ca să zic așa. Și are și mesajul, celelalte nu au...”

Construcțiile sunt reprezentative

„Construcțiile ne reprezintă pentru că sunt făcute de mâna omului. Primele două sunt pentru Maramureș, iar castelul mai mult pentru Transcarpatia.”

Puncte slabe

Poarta este falsă

„Îmi place numai Biserica.”

„Poarta nu îmi place pentru că este o poartă de mănăstire, nu este o poartă autentică. Nu îmi place forma porții. Cetatea nu este bine executată grafic. Dar turnul acesta gros și strâmb. Acestea două sunt pleonastice.”

„Poarta are elemente gotice, ceea ce e fals.”

„Poarta e falsă, cetatea nu dă bine lângă biserică.”

„Nu respiră imaginea”

„E sec, nu respiră imaginea.”

Prea comercială

„Mie sincer mi se pare destul de comercială. Tot ce e scurt, concis în principiu are o țintă comercială.”

Maramureșul nu este reprezentat în prim plan

„Parcă Maramureșul e prea puțin...prea în spate așa cumva. Și biserică la fel...”

„După sigla din varianta 1, mi se pare că prima dată m-aș duce în Transcarpatia.”

Lipsește natura

„Toate trei sunt construcții: Poarta Maramureșeană, Biserică de lemn și Castel. Nu are nimic natural.”

„Dacă ar fi să rămână varianta asta, îi trebui într-adevăr îmbunătățit cadrul natural.”

VARIANTA 2

Puncte tari

Claia de fân și biserica

„Îmi place clia din fân. Deci elementul de peisaj. Poarte chiar ar trebui să facem și un brad de pin. Biserica și fânul.”

„Revin asupra fânului, e foarte important. Ne trimite la ancestral dacă vreți, la memorie culturală, la peisaj natural, cultural. E foarte important fânul. Și poate că chiar mai mult decât...biserica. Dacă vrem să vină musulmanii, ăia nu știu câți vin pentru biserică, dar pentru fân vin.”

Verdele evidențiază natura

„E predominant verde și iese bine în evidență partea naturală.”

Colorată

„Din punct de vedere cromatic e mai plăcută, că e colorată.”

Puncte slabe

Elementul uman este izolat

„Mi se pare elementul uman izolat.”

Prea mult verde

„E prea mult verde”

„Seamănă cu o reclamă la cașcaval sincer, din cauză că e prea mult verde.”

„E prea multe verde și se pierde esențialul.”

E mai potrivit sloganul de la Varianta 1

„Era mai ok cu sloganul de la prima. Pentru că a descoperi ține atât de natură cât și de alte obiecte.”

Nu are toate elementele reprezentative

„Nu prea are toate elementele reprezentative. Are mai mult cadrul natural. Domină naturalul în detrimentul celorlalte.”

Lipsește lemnul

„Lipsește lemnul, cel puțin din punctul meu de vedere. Dacă aș vedea-o, nu m-ar atrage nimic. Pot să vă spun că nu îmi place, dar nu pot să vă spun cum aș face să îmi placă.”

Lipsește poarta

„Nu are poartă. Nu are nici castele care sunt specifice pentru cealaltă zonă.”

Munții nu sunt evidențiați

„Munții nu sunt bine evidențiați.”

VARIANTA 3

Puncte tari

Sculptura din lemn

„Îmi place și varianta asta, dar nu știu ce îmi place.”

Poarta și biserica

„Îmi place lemnul, dar mă deranjează că e tăiat.”

„Îmi place cum se vede și poarta și biserica, dar...”

Reprezentativă

„Biserica să zicem că poate fi comună...”

„Mi se pare oarecum reprezentativă...”

Puncte slabe

Nu este articulată.

„Folosești o trimitere directă la un apus de soare sau la ceva...și folosești un element abstract în același timp. Nu se articulează plastic și nici simbolic, nicicum. Ori faci peisaj cu soare, ori mergi pe abstract și faci abstract. Că se știe că e rozeta solară aia, dar nu spui rozeta solară...Ori e soare ori e rozeta solară. Nu poți să faci amatorisme.”

Rozeta solară sau soarele

„Fără raze”

„Fără raze.”

„Nuanța de gri”

„Nuanța de gri.”

„Eu aș schimba culoarea, cadrul gri, e prea posac, prea sobru, mohorât, trist.”

Rozeta e tăiată

„Rozeta aia e frumoasă, dar nu-mi place că e tăiată.”

Probleme grafice

„Sunt trei stiluri: alb de grafică, stilul rozetei și stilul razelor. Patru sunt. Nu merge, are probleme grafice asta.”

Munții sunt tociți și convenționali

„Munții cam tociți.”

„Munții convenționali.”

Nu e reprezentativă pentru Ucraina

„E frumoasă, dar nu este reprezentată Ucraina. Nu e reprezentativă chiar deloc.”

„Nu ați pus castele de la Transcarpatia care sunt în varianta 1.”

Soarele iese prea mult în evidență

„Trebuie refăcut fondul, dar prima dată vezi numai soarele. Deci schimbat...făcut mai în miniatură.”

Sculptura trebuie evidențiată

„Funia aceea împletită poate să se vadă mai clar și, să zicem, razele să fie o idee mai mici.”

VARIANTA 4

Puncte tari

„Asta mi-a plăcut, dar e prea mult aici.”

Emblematică. De impact

„Emblematică ar fi asta. Mai de impact. Și cu poartă, și cu artizan, și cu biserică, și cu...”

„Eu aş pune primul slogan și aş lucra pe varianta patru. Aş scoate conturul acesta și aş pune Biserica asta undeva într-un colț și aş pune acel pisc... Clăia n-o mai abordez. Aş avea poarta reprezentată, Biserica reprezentată, natura reprezentată...și eventul lângă Biserică faceți castelul. Din toate patru asta ar fi.”

Puncte slabe

„E cea mai puțin frumoasă.”

Funia e aceeași

„Funia, e redundant aceeași...și în față, și în spate.”

Reprezentativă doar pentru Maramureș

„Sigur, funia, e simbolul soarelui, Biserica, poarta deschisă...acolo numai Maramureș vezi în imagine. Și vezi Maramureșul dacă îl și știi.”

OBSERVAȚII GENERALE. RECOMANDĂRI

Sugestie: o țărăncuță îmbrăcată în strai popular

„Dacă ne gândim la Maramureș, putem pune chiar o fetiță, o țărăncuță în miniatură, foarte bine îmbrăcată.”

Elemente de pe carpete țărănești

„Ar trebui să am o carpetă țărănească și să o văd și așa aş putea spune un element de pe acolo. Că așa din portul popular nu pot să pun nici cămașa, nici... că nu reprezintă nimic. Dar, de exemplu, de la o carpetă, de pe un țol...aş putea să aleg o figură ceva.”

Lipsește omul

„După mine din toate astea lipsește omul.”

Lipsește vița de vie și vinul

„După mine lipsește vița de vie și vinul. Sau un butoi de vin. Transcarpatia este cunoscuta prin vin ,iar Precarpatia prin degustători”

Lipsesc izvoarele de apă minerală

„Mai lipsesc izvoarele de ape minerale,tre sa adaugam un râu sau o fântână”

Nu este reprezentată fauna Sugestie: cerbul

„Fauna nu este reprezentată. Putem alege ca simbol turistic cerbul.”

IV. PROPUNERI DE LOGO PENTRU TURISMUL DIN MARAMUREȘ – TRANSCARPATIA – IVANO FRANKIVSK



A.



B.



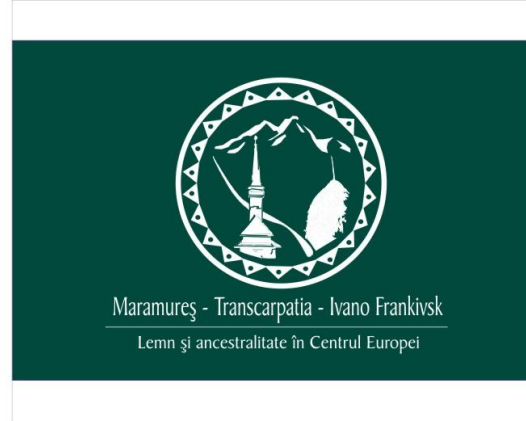
C.



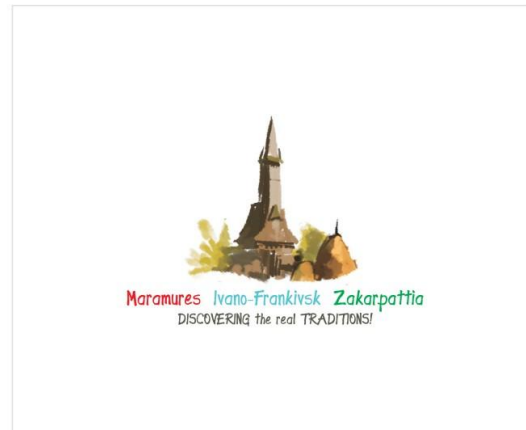
D.



E



F.



G.